

Peer-to-Peer Versicherung im Lichte der Verhaltensökonomik - Simulationsstudie am Beispiel von Friendsurance

Zusammenfassung der Masterarbeit an der Universität Ulm

Markus Haas

Fortschritt durch innovative Konzepte

Innovationsfähigkeit stellt heute für viele Unternehmen eine der wichtigsten Eigenschaften dar. Dies beweisen beispielsweise Google oder Apple, die es mit ihren Innovationen geschafft haben, einerseits wirtschaftlich erfolgreich zu sein und andererseits ein Teil der Gesellschaft zu werden. Innovative Entwicklungen wie die Elektromobilität, das Smart Home oder autonomes Fahren haben das Potenzial dazu, unsere Zukunft zu prägen.

Auch in der Versicherungsbranche haben Innovationen einen spürbaren Einfluss. Beispiele hierzu liefern neue Ideen wie Telematik-Tarife in der Kfz-Versicherung oder Pay-as-you-live-Tarife in der Personenversicherung.

Die angesprochenen Innovationen profitieren dabei von dem sich wandelnden Mediennutzungsverhalten in der Bevölkerung, zu dem auch die Digitalisierung einen wesentlichen Teil beiträgt.

Dieses nützt auch dem Peer-to-Peer (P2P) Konzept in der Versicherung, welches Inhalt dieser Masterarbeit ist. Die grundlegende Idee hierbei ist, dass die Versicherungsnehmer in kleinen Gruppen zusammengeschlossen werden, in denen eine gegenseitige finanzielle Absicherung gegen ein bestimmtes Risiko erfolgt. Die konkrete Ausgestaltung hängt dabei von der jeweiligen P2P-Versicherung ab und kann verschiedene Formen annehmen. Diese Idee kann als Renaissance des Urgedanken der Versicherung gesehen werden, denn bereits vor mehreren hundert Jahren gab es beispielsweise mit regionalen Brandgilden in Deutschland kleine Gemeinschaften, deren Mitglieder sich zur finanziellen Absicherung im Falle eines Schadens zusammenschlossen. Die Möglichkeiten des Internets heute verleihen dieser Uridee einen neuen Anstrich. Im Gegensatz zu den klassischen

Versicherungen, bei welchen kein Kontakt zwischen den Versicherungsnehmern vorgesehen ist, ergeben sich in den kleinen Gruppen bei P2P-Versicherungen interessante Interaktionsmöglichkeiten für die Versicherten, welche in dieser Masterarbeit besonders aufmerksam betrachtet werden.

Das Peer-to-Peer Konzept in der Analyse

Ziel der Arbeit war es, einen quantitativen Vergleich einer P2P-Versicherung mit einer Versicherung mit einem klassischen Versicherungsmodell durchzuführen. Grundlage dafür waren die potenziellen Rückzahlungen für die Kunden am Ende der Vertragslaufzeit. Dabei sollte insbesondere auch die Wirkung der bereits angesprochenen Interaktionen zwischen den Versicherungsnehmern innerhalb einer Gruppe aus verhaltensökonomischer Sicht beschrieben und ausgewertet werden. Aufgrund der Novität dieses Themas betritt diese Masterarbeit ein in dieser Tiefe weitgehend unerschlossenes Themenfeld und leistet einen relevanten Beitrag dazu, das Geschäftsmodell einer P2P-Versicherung und die Wirkungsweisen eines P2P-Versicherungsvertrags mitsamt der damit einhergehenden verhaltensökonomischen Auswirkungen zu erklären und zu analysieren.

Die Analysen folgten einem zweistufigen Vorgehen: Im ersten Schritt wurde das Geschäftsmodell einer P2P-Versicherung eingeführt. Dabei wurde deutlich, dass unter den P2P-Versicherungen das Augenmerk auf Schadensversicherungsprodukten liegt. Hervorgehoben wurde in der Folge der Versicherer Friendsurance, der das P2P-Konzept 2010 als weltweit erstes Unternehmen an den Markt gebracht hat. Dessen Versicherungsmodell eignet sich aufgrund der engen Orientierung an einer klassischen Versicherung sehr gut für einen Vergleich mit eben dieser. Das P2P-Konzept dort ist u.a. in der Privat-Haftpflicht-, KfZ- und Rechtsschutzversicherung umgesetzt.

Eine solche Versicherung von Friendsurance besteht aus mehreren Komponenten, die unterschiedliche Teile eines potenziellen Schadens abdecken. Friendsurance kooperiert als Vermittler mit klassischen Versicherungen, die weiterhin einen Großteil des Risikos absichern. Das P2P-Konzept, d.h. die Absicherung über die Gruppe, greift für das verbliebene Risiko unterhalb der Selbstbehaltsgrenze.

Die Versicherungskomponenten wurden in der Folge definiert und eine Erwartungswertdarstellung der jeweiligen Prämien hergeleitet. Wichtiger Aspekt der Friendsurance-Versicherung ist: der Versicherungsnehmer erhält die gleichen Leistungen für denselben Preis wie bei einer vergleichbaren Versicherung, mit der Chance auf eine Rückzahlung am Ende der Laufzeit. Diese hängt vom Schadenaufkommen innerhalb der Gruppe ab, in der sich der Versicherungsnehmer befindet. Der quantitative Vergleich der Friendsurance-Versicherung mit der klassischen Versicherung wurde schließlich mithilfe eines selbsterstellten Simulationsmodells durchgeführt (Monte-Carlo-Simulation). Bei den verwendeten Daten handelt es sich nicht um Marktdaten, sondern um simulierte Daten (Schäden) auf Basis von angemessenen Verteilungsannahmen. Zielgröße der Analysen waren die Rückzahlungen für die Kunden aus den Versicherungen, die aus der Differenz von gezahlter Prämie und Höhe der eingetretenen Schäden resultieren. Dabei wurde besonders auf die Konsistenz in der Modellierung der beiden Versicherungsarten geachtet. Daraus ergeben sich dieselben Annahmen zu Schadenverteilungen, Auszahlung von Prämienüberschüssen und den weiteren Parametern, die das Simulationsmodell spezifizieren.

In den Ergebnissen der Simulation zeigte sich, dass die durchschnittlichen Rückzahlungen aus den Versicherungen zwar in vergleichbarer Höhe waren, diese im Falle der Friendsurance-Versicherung jedoch eine deutlich höhere Varianz aufwiesen. Grund dafür ist insbesondere die geringe Anzahl an Versicherten in den Gruppen und der damit ausbleibende Ausgleichseffekt eines großen Portfolios. Die Analyse der Rückzahlungsstruktur geschah mithilfe einer isoelastischen Nutzenfunktion, die die übliche Annahme eines risikoaversen Versicherungsnehmers berücksichtigt. Die Bewertung mittels dieser Nutzenfunktion ergab einen geringeren Nutzen für die Friendsurance-Versicherung. Daraus konnte gefolgert werden, dass unter den verwendeten Annahmen eine klassische Versicherung der Friendsurance-Versicherung vorzuziehen ist.

Im zweiten Schritt der Analysen in dieser Masterarbeit wurden die verhaltensökonomischen Auswirkungen des P2P-Konzepts auf die Risikostruktur des Portfolios analysiert. Ursächlich dafür sind Interaktionsmöglichkeiten zwischen den Versicherungsnehmern.

Beispiele aus der Public-Goods Literatur und dem Umfeld der Prospect Theorie deuten daraufhin, dass die Kooperationsbereitschaft innerhalb der kleinen Gruppen, die mitunter auch aus Verwandten und Bekannten bestehen können, deutlich höher ist. Im Versicherungskontext spielt dies insbesondere im Zusammenhang mit weichem Betrug eine wichtige Rolle.

Unter weichem Betrug wird ein Betrug verstanden, der vor Abschluss der Versicherung noch nicht geplant ist, sondern beispielsweise mit einer erhöhten Schadensforderung oder der Verfälschung des Schadenereignisses einhergeht und auch von gewöhnlichen Versicherungsnehmern begangen wird. Die Relevanz dieses Themas wurde vom Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) in einer 2011 durchgeführten repräsentativen Studie gezeigt.

Mithilfe der experimentellen Belege aus der Literatur konnte gezeigt werden, dass sich die Gruppenbildung positiv auswirken kann. Als wichtige Faktoren sind dabei die mögliche Kommunikation sowie die Etablierung einer sozialen Norm, Möglichkeiten von Bestrafung und die Verlustaversion zu nennen. Dies kann wiederum zu einem geringeren Aufkommen weichen Betrugs führen und einen positiven Einfluss auf die Risikostruktur des Portfolios zeigen. Wertvolle Hinweise auf diese Effekte liefern u.a. Ledyard (1995) und Chadhuri (2011), die einen Überblick über die Public-Goods Literatur geben.

Der verhaltensökonomische Einfluss wurde anschließend innerhalb des bisherigen Simulationsmodells abgebildet und eine weitere Auswertung der Rückzahlungen vorgenommen. Die Ergebnisse zeigten zwar, dass sich dadurch die durchschnittliche Auszahlung an die Friendsurance-Versicherten gegenüber der ersten Analyse sichtbar erhöht, die hohe Varianz jedoch weiterhin dazu führt, dass die klassische Versicherung einen höheren Nutzen stiftet. Es zeigt sich somit, dass allein die verhaltensökonomischen Wirkungen nicht ausreichen, um die Friendsurance-Versicherung der klassischen Versicherung vorzuziehen. Dennoch wird deutlich, dass die Zusammensetzung des Portfolios durchaus positive Effekte auf die Risikostruktur haben kann.

Fazit

Die Erkenntnisse der Arbeit helfen dabei, das Geschäftsmodell einerseits aus Kundensicht und andererseits aus Sicht eines klassischen Versicherungsunternehmens zu bewerten.

Für den Kunden bietet es die Chance sich in einer Interessensgemeinschaft zusammenzuschließen, um das versicherungstechnische Risiko zu teilen. Als Teil eines Portfolios mit besserer Risikostruktur besteht die Chance auf eine in der Erwartung höhere Rückzahlung im Vergleich zu einer vergleichbaren Versicherung eines klassischen Versicherers. Die Bewertung der potenziell höheren Varianz der Rückzahlung ist wiederum Gegenstand persönlicher Risikoneigung. Aus Kundensicht ist außerdem die Vertriebsform über eine Online-Plattform zu nennen, die für einen internetaffinen Kundenstamm von Interesse sein kann. Weitere positive Implikationen des Geschäftsmodells wie beispielsweise geringere Verwaltungskosten können dieses Potenzial verstärken.

Diese positiven Effekte, die das P2P-Geschäftsmodell mit sich bringt, können der Anlass für klassische Versicherungen sein, an diesem Trend zu partizipieren. Die Möglichkeiten dazu reichen von dem Aufbau einer eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung über eine Forschungsgemeinschaft oder die Beteiligung an einem P2P-Start-Up Versicherer bis hin zur Kooperation mit einem solchen Unternehmen. Letzteren Ansatz setzen bereits viele klassische Versicherer mit dem in dieser Arbeit vorgestellten Unternehmen Friendsurance um.

Nichtsdestotrotz sind auch die möglichen Risiken einer P2P-Versicherung zu beachten. So ist der langfristige wirtschaftliche Erfolg dieses Modells noch nicht belegt. In diesem Zuge muss ebenfalls beobachtet werden, ob diese Versicherungen dasselbe Niveau hinsichtlich der Schadenbearbeitung und Beratung bieten können wie klassische Versicherungen, um Kunden langfristig binden zu können. Die Zukunft wird Aufschluss über die weitere Entwicklung dieser Innovation geben und zeigen, ob auch diese in der hier untersuchten oder einer möglichen anderen Variante die Gesellschaft, zumindest in Bezug auf die Versicherung, prägen kann.